

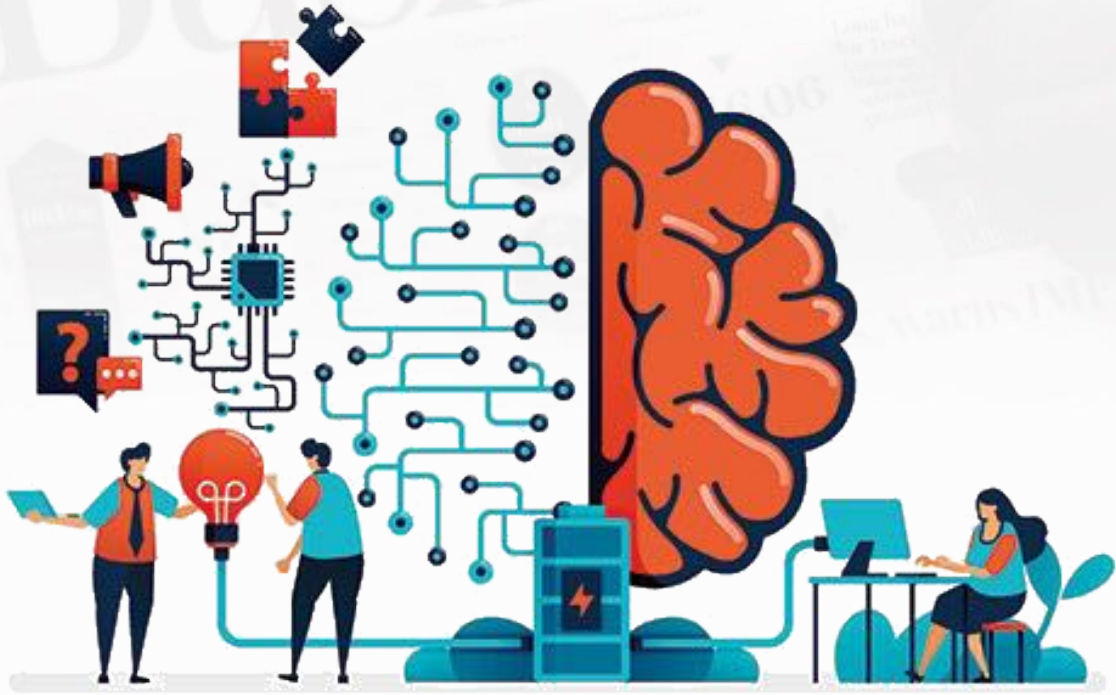


BUSINESS INSIGHT

Design Idea

سلسلة: #إدارة وتطوير الأعمال

مقال: #31



التحوّل الرقمي

Digital Transformation

الجزء الأول (تعريفه – أهميته – مكوناته الأساسية)

منقول عبر منصة رجال الأعمال
afaqb.co

www.abinsight.net

info@abinsight.net

يتناول هذا المقال:

💡 تعريف التحوّل الرقمي

💡 أهمية التحوّل الرقمي

💡 المكونات الأساسية للتحوّل الرقمي



Website



Linked in



Telegram



في استطلاع حديث، سئل القادة عن تأثيرات COVID-19 على استراتيجية التحول الرقمي الخاصة بهم. وفقاً لشركة Deloitte، قام 85% من الرؤساء التنفيذيين بتسريع إستراتيجية التحول الرقمي الخاصة بهم منذ بداية الوباء.

النتائج؟ استثمارات أكبر في التكنولوجيا أثبتت أهميتها للأعمال. لكن لماذا؟

حسناً، وجد الكثير من الأشخاص أنفسهم يعملون عن بُعد أكثر من أي وقت مضى، والبقاء في العمل يعني تغيير الطريقة التي يتم بها إنجاز العمل.

شيء واحد مهم ربما لم نتوقع أن نتعلمه من COVID-19، لقد علّمتنا أهمية رقمنة العمليات التجارية للحفاظ على استمرار الشركة.

لكن استراتيجيات التحول الرقمي لا تتعلق بالتكنولوجيا فقط. عندما تُجري شركة تغييراً كبيراً في طريقة عملها، يشعر البشر بالتأثير. على الجانب الآخر؟ لا يمكن للشركات في الواقع إجراء تغيير كبير في العمليات ما لم يغير الأشخاص طريقة عملهم.

ندرك أن تغيير السلوك قد يكون صعباً، لكنه ليس مستحيلاً. من خلال التدريب الشخصي، يمكن اجتياز التغيير وتمكين التحول. كرائد أعمال أو صاحب أو مدير عمل تجاري، دعنا نتعرف من خلال المقال القصير هذا على التحول الرقمي وأهميته ونتحدث قليلاً عن مكوناته الرئيسية، قبل الغوص في أنواعه وخطوات بناء استراتيجياته في مقالات لاحقة.



1. تعريف التحول الرقمي

يمكن تعريف التحول الرقمي بأنه اعتماد التقنيات الرقمية ودمجها في مختلف أنشطة الشركة أو المؤسسة، وذلك بهدف تحقيق ميزة تنافسية عبر تحسين العمليات والإنتاجية وتحقيق تجربة أفضل للعملاء والموظفين، وإدارة مخاطر الشركة ومراقبة التكاليف. باختصار يمكن القول بأن إعادة تصور الأعمال في العصر الرقمي هو تحول رقمي.

يقدم التحول الرقمي عدداً كبيراً من الأدوات والحلول والعمليات، وبإمكان كل مؤسسة اتباع استراتيجية مخصصة لها بحسب أهدافها وعملياتها وإمكاناتها.

تهدف عملية التحول الرقمي إلى مساعدة الشركة على زيادة قدرتها لمواجهة التحديات المحتملة التي قد تواجهها الشركات القائمة والناشئة، وتوفير الوقت والطاقة والعمل بما يضمن لها البقاء على مستوى عالٍ من التنافسية في السوق العالمية سريعة التغير.

ثم يتعين على جميع الشركات الأخرى في الصناعة معرفة كيفية دمج التكنولوجيا في عملياتها أيضاً - أو أنها تتخلف عن الركب. هذا الخوف من التخلف يمكن أن يخلق رؤية نفقية Tunnel vision على التكنولوجيا الرقمية نفسها بدلاً من التحول.

يتجاوز مفهوم التحول الرقمي الأدوار التقليدية مثل المبيعات والتسويق وخدمة العملاء، فهو يبدأ وينتهي بكيفية تفكيرك في العملاء والتفاعل معهم. بينما ننتقل من

الورق إلى جداول البيانات إلى التطبيقات الذكية لإدارة أعمالنا، لدينا فرصة لإعادة تصور كيفية قيامنا بأعمالنا - كيف نشرك عملائنا - مع التكنولوجيا الرقمية من جانبنا.



بالنسبة إلى الأنشطة التجارية الصغيرة التي بدأت للتو، ليست هناك حاجة لإعداد عمليات عملك وتحويلها لاحقاً. يمكنك حماية مؤسستك في المستقبل من البداية. إن بناء نشاط تجاري في القرن الحادي والعشرين على دفاتر الأستاذ المكتوبة بخط اليد والملصقات الورقية ليس بالأمر المستدام. التفكير والتخطيط والبناء رقمياً يؤهلك لتكون سريع الحركة ومرناً ومستعداً للنمو.

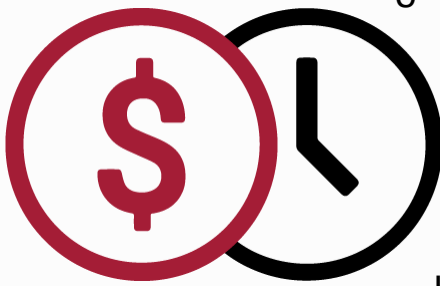
كقادة أعمال، نعلم أن لديك الكثير من الحلول التقنية التي يجب مراعاتها. نعلم أيضاً أن لديك موظفين وبشراً وراء هذه الحلول. لديك مشاكل لحلها لتحسين تجربة العملاء الخاصة بك.

2. أهمية التحول الرقمي

التحول الرقمي مهم لأسباب عديدة. في عصر التحول الرقمي، يمكننا تحديد ثلاثة أسباب رئيسية تجعل أي شركة أو مؤسسة تفكر في استراتيجية التحول الرقمي.

2.1. توفير الوقت

هذا هو المحرك الأكثر شيوعاً ولكنه أيضاً قمة جبل الجليد بالنسبة للقيمة. يمكن أن توفر إستراتيجية التحول الرقمي الوقت لإنتاجية مكان العمل ولعملائك. عندما تعمل التكنولوجيا من أجلك، فإنك توفر الوقت. ونحن نعلم أن الوقت والإنتاجية من العملات القيمة في عالم اليوم الرقمي.



على سبيل المثال، قد تتمكن من تقديم حلول لعميلك بشكل أسرع باستخدام التقنيات الجديدة. قد تكون قادراً على تبسيط أوجه القصور في العمليات الخاصة بك لعمالك.

يمكن للحلول الرقمية الجيدة تحسين تجربة الموظف نتيجة لذلك. إذا كان بإمكانك توفير الوقت الثمين لموظفيك ليكونوا قادرين على التركيز على مهام أكثر تأثيراً، فمن المحتمل أن تجعلهم أكثر سعادة (وأكثر إنتاجية).

2.2. الرشاقة والنمو وتحسين العمليات

يعتمد تحسين تجربة العملاء والموظفين على قدرة الشركة على العمل بسلاسة، وذلك يتأتى بتبسيط العمليات وأتمتتها، بهدف زيادة الإنتاجية والفاعلية.

تتعلق استراتيجية التحول الرقمي بالرشاقة والنمو. تعتبر العقلية الرشيقة التي تركز على النمو أمراً بالغ الأهمية لاستراتيجية ناجحة.

من منظور ثقافي، التحول الرقمي يمكن أن يشجع الابتكار والنمو. الشركة التي تقبل التغيير وتحافظ على رشاقته وتعزز النمو تُظهر لموظفيها أهمية الابتكار. عندما يتم تمكين الموظفين للتعلم والنمو (وتحدي الوضع الراهن)، تستفيد الشركة.



في Business Insight، وجدنا أن عقلية النمو واللياقة العقلية يسيران جنباً إلى جنب. لتكون قادراً على النمو والبقاء رشيقاً، يحتاج الموظفون إلى تقوية لياقتهم العقلية. لقد وجدنا أن العمال المرنين يتمتعون بمزيد من المرونة في التفكير، ويساهمون في المزيد من الفرق المرنة، وأكثر ابتكاراً بنسبة 20٪.

2.3. الابتكار وتحسين تجربة الموظفين

وذلك من خلال تزويد مكان العمل بأحدث البرامج والأجهزة، لتحسين أداء الموظفين وتسهيل أعمالهم، مما يؤدي إلى نشوء قوة عاملة تتمتع بإنتاجية واندماج أكبر، والذي يؤدي بدوره إلى تجربة أفضل للعملاء.

لا ينبغي أن يكون مفاجئاً أن خفة الحركة والنمو يؤديان إلى الابتكار. هذا سبب آخر لأهمية التحول الرقمي.

أولاً، لنحدث عن الابتكار في سياق عالمنا. نحن نعلم أنه في فترة ما قبل الجائحة، كان عامل واحد فقط من بين كل 5 عمال يعمل عن بُعد. الآن، أكثر من 70٪ من القوى العاملة تعمل عن بُعد.



ونرى أن الموظفين يريدون مرونة الدوام المختلفة. وفقاً لبياناتنا، أظهر التحول إلى العمل الهجين والعمل عن بُعد زيادة بنسبة 56٪ في الإبداع والابتكار.

نحن نعيش في عصر نبتكر فيه حيث نعمل - وكيف نقوم بذلك. جوهر هذا الابتكار هو استراتيجية التحول الرقمي.

ما هي أفضل طريقة لتجهيز موظفيك للابتكار بنجاح؟ هل تقوم بإعداد عمالك للنجاح؟

ضع في اعتبارك التأثير الذي يمكن أن تحدثه استراتيجية التحول الرقمي على قدرة مؤسستك على الابتكار. من خلال تمكين الابتكار والتغيير، ستشهد مؤسستك المزيد من النجاح.

عندما يتم بشكل صحيح، يمكن أن يؤثر التحول الرقمي على نمو إيرادات مؤسستك وربحياتها.

2.4. تحسين تجربة العملاء



التجارية.

وذلك من خلال قيام الشركات باستغلال الفرصة التي
تتيحها التقنيات الرقمية، وتقديم منتجات أو خدمات
مبتكرة، وتحسين تجارب العملاء مع الأدوات الرقمية
المستخدمة، وذلك للحصول على رضا العملاء وولائهم للعلامة

2.5. رقمنة المنتج

أي استخدام التقنية من أجل تعزيز وتحسين منتج أو خدمة ما، كالتحكم بالأجهزة عن بعد
باستخدام الأجهزة الذكية. يساعد التحول الرقمي الشركات على مواكبة التقنيات الحديثة،
إلى جانب إنشاء بنية تحتية مرنة تساعد الشركة على الابتكار والتكيف مع التغيرات السريعة
في احتياجات العملاء.

3. المكونات الرئيسية للتحول الرقمي

وفقاً لـ Harvard Business Review، يمكننا تحديد 4 مكونات رئيسية للتحول الرقمي. كل
مكون يلامس مجاًلاً معيناً من عملك بطرق فريدة.

3.1. التقنية Technology

لا يوجد نقص في التقنيات الجديدة هذه الأيام. خذ على سبيل المثال إنترنت الأشياء (IoT)
والحوسبة السحابية. أو التعلم الآلي و blockchain والذكاء الاصطناعي. أو الأتمتة والنمو
المذهل للتجارة الإلكترونية (مثل أمازون).

نحن نعيش في عصر الاضطراب الرقمي. والتقنيات الناشئة موجودة لتبقى.

وبينما تتغير التقنيات وتتطور وتبتكر، هناك شيء واحد لا يزال ثابتاً. يحتاج البشر إلى التكنولوجيا للقيام بوظائفهم بشكل جيد. والعمل الرقمي هو مستقبل الأعمال.

اعتماداً على مؤسستك، قد تتطلع إلى اعتماد تقنية جديدة في استراتيجية عملك. نحن نعلم أن الأمر ليس سهلاً كما يبدو. قد يكون دمج مبادرة وتكنولوجيا جديدة في مؤسستك أمراً فوضوياً.



يمكن أن يتطلب إصلاح نظام قديم وتحديثه شهوراً (وأحياناً سنوات) من العمل لتقييم أفضل طريقة للتخطيط لتغيير تكنولوجي كبير. ناهيك عن شهور (وأحياناً سنوات) من البحث عن التكنولوجيا المناسبة في المقام الأول.

تعد التكنولوجيا عنصراً هائلاً في استراتيجية التحول الرقمي. اعمل مع القادة الرقميين لمؤسستك عند اختيار تقنيات جديدة لتبنيها.

3.2. البيانات Data

المكوّن الرئيسي الثاني لاستراتيجية التحول الرقمي هو البيانات. في كثير من الأحيان، تسير التكنولوجيا والبيانات جنباً إلى جنب. في الواقع، قد تكون عدم القدرة على إلقاء نظرة على البيانات التي تحتاجها سبباً وراء سعيك لتطبيق تقنية جديدة.

عند وضع استراتيجية للتحول الرقمي، ضع في اعتبارك دور البيانات. ما هو وقت المعلومات الذي تحتاجه لإعداد فرقك للنجاح؟ هل تستحق التكنولوجيا التنفيذ إذا لم تتمكن من الوصول إلى البيانات التي تحتاجها لقياس نجاحك؟

من الشائع للأسف أن العديد من الشركات لا تتلقى البيانات التي تحتاجها. في جزء منه، قد يكون ذلك بسبب عدم جمع التغذية الراجعة أو الاهتمام بها منذ البداية.

على سبيل المثال، قد تتطلع مؤسستك إلى تنفيذ نظام جديد لتكنولوجيا المعلومات. يتم إدارة هذا النظام بشكل عام في العمليات اليومية من قبل عمال الخطوط الأمامية. هل يتم الاستماع إلى هؤلاء العاملين في الخطوط الأمامية؟

مرة أخرى، تأكد من أنك تعمل جنباً إلى جنب مع قيادة شركتك. ولكن أيضاً، لا تقلل من قيمة التعليقات والتغذية الراجعة. إذا كانت مؤسستك لا تتلقى البيانات التي تحتاجها من التكنولوجيا، فهل هي التكنولوجيا المناسبة للتنفيذ؟ ما الذي تحتاجه استراتيجية التحول الرقمي الخاصة بك من منظور البيانات؟ كيف يبدو النجاح عندما يتعلق الأمر بالبيانات؟

3.3 العملية Process

لا يمكنك تحويل أي شيء من خلال وضع تقنية جديدة على عملية قديمة. في أحسن الأحوال تكتسب القليل من الكفاءات. يتطلب جني فوائد التحول الرقمي إعادة التفكير في العمليات للتركيز على النتائج وليس النواتج أو المخرجات.

تدور العمليات إلى حد كبير حول ما يفعله الناس - تغيير العمليات يعني تغيير السلوكيات والعقليات. يتطلب هذا التغيير الوقت والتحلي بعقلية وعقلية النمو وإعادة التفكير في كيفية عمل الأشياء. لذلك، من الطبيعي أن تكون هذه العملية جزءاً كبيراً من أي تحول رقمي. يعد هذا المكوّن من استراتيجية التحول الرقمي أمراً بالغ الأهمية لإعداد مؤسستك لتحقيق النجاح.



يمكن أن تبدو العملية مختلفة حسب مؤسستك. يمكن أن تتضمن أيًا مما يلي:

- 🔗 مواءمة النتائج المرجوة للعملاء الداخليين والخارجيين
- 🔗 تبسيط أنشطة العمل والفرق لإنشاء عملية فعالة متعددة الوظائف
- 🔗 الجمع بين إدارة العمليات التي تركز على العملاء وتجربة المستخدم النهائي. هذا على وجه الخصوص إذا كانت مؤسستك تبني تطبيقات الأجهزة المحمولة
- 🔗 تحسين العمليات الحالية لمراعاة أي تقنيات معتمدة حديثاً
- 🔗 إعادة التفكير في القرارات الإستراتيجية المتعلقة بعمليات الشركة وعمليات العميل وغيرها من العمليات

يلعب التعاون دوراً رئيسياً في إنشاء عمليات أكثر فعالية وموجهة نحو النتائج عبر الأعمال. تأكد من أن فرقك تعمل معاً لتحقيق هدف مشترك. يعد التواصل والتوقعات الواضحة أمراً بالغ الأهمية في هذا المكوّن من الاستراتيجية.

3.4. التغيير التنظيمي Organizational change

هذا هو المكوّن الذي يُحدث السحر. التغيير التنظيمي مهمة ضخمة، لكنها ليست مستحيلة.



من بين مكوّنات استراتيجية التحول الرقمي، تستدعي المؤسسة العديد من المهارات الأساسية لتحقيق النجاح. يتطلب تغيير الطريقة التي تعمل بها المؤسسة أو الشركة القيادة والعمل الجماعي والذكاء العاطفي. كما يتطلب اتصالاً قوياً وفعالاً - وشجاعة.

بعد كل شيء، في جذور أي شركة هنالك البشر. يمكن أن يقاوم البشر التغيير. التغيير صعب وغير مريح. ربما تقوم بتنفيذ عملية جديدة للموظفين الذين اعتادوا القيام بالأشياء بطريقة معينة.

في الواقع، قد يكون العديد من القادة أنفسهم مقاومين للتغيير التحولي. يمكن أن يهدد هذا المستوى من التغيير السلطة والميزانيات والوضع والهوية والأمن. يمكن أن يجعل التحول الرقمي بعض المهارات والخبرات قديمة.

إذا كنت بصدد وضع إستراتيجية للتحول الرقمي، ففكر في تكوين فريق من محترفي التغيير المؤسسي. من المهم وجود فريق من الأشخاص ذوي المهارات القوية في التعامل مع الأشخاص، والقدرة على التأثير ومعالجة الأسباب الكامنة وراء المقاومة، والقدرة على العمل جنباً إلى جنب مع أولئك المتأثرين بالتغيير.



انتهى مقالنا الأول اليوم عن التحول الرقمي، سنتناول في الجزئين الثاني والثالث أبرز العقبات الشائعة للتحول الرقمي ونستعرض أنواعه وخطوات بناء استراتيجياته وتأثيراته على ثقافة الشركة - ونجاح مؤسستك.

نسعى في Business Insight إلى تحقيق جسر من الثقة والمعرفة يصل بين المستثمرين الراغبين بإقامة مشاريع ريادية جريئة وبين رواد الأعمال أصحاب الكفاءة لتنفيذ تلك المشاريع، ومن جهة أخرى دراسة فرص السوق للشركات الصاعدة لتوسيع مجالات استثمارها بشكل صحيح والعمل على تطويرها لتكون قادرة كشركة على الانتشار والتطور والمنافسة...

نقدم في Business Insight خدمات:

- تصميم وتطوير الأعمال،
- إعداد وكتابة المشاريع،
- ابتكار وتصميم الخدمات والمنتجات،
- تحسين العمليات،
- إعداد البحوث والتقارير،
- دراسات الجدوى،
- التحليل المالي وإعداد الموازنات،
- المراقبة والتقييم،
- إدارة وضبط الجودة،
- التوظيف والموارد البشرية،
- استشارات الأعمال.



إذا وجدت هذا المقال مفيداً، يمكنك مشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي

مع حفظ حقوق النشر

إن كان لديك رأي، ملاحظتك محل تقدير كبير! قم بالتعليق هنا أو اتصل بنا



www.abinsight.net



info@abinsight.net



+90 552 645 91 10